

PENGANTAR KARYA TUGAS AKHIR
PERANCANGAN *BRAND IDENTITY*
MUSEUM KRETEK INDONESIA
MELALUI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL



Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Mencapai Gelar Sarjana
Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual
Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Sebelas Maret

Disusun Oleh:
GAFI PRAJANTI WANDITA
C0714014

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA

2018

LEMBAR PERSETUJUAN

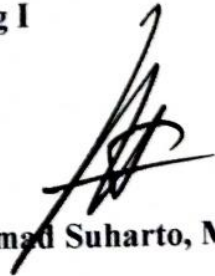
Konsep Karya Tugas Akhir dengan Judul:

PERANCANGAN *BRAND IDENTITY* MUSEUM KRETEK INDONESIA MELALUI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL

Telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir (TA)
Pada 17 Juli 2018

Menyetujui,

Pembimbing I



(Drs. Mohamad Suharto, M.Sn.)

NIP. 195612201986031003

Pembimbing II



(Hermansyah Muttaqin, S.Sn., M.Sn.)

NIP. 197111152006041001

Koordinator Tugas Akhir (TA)



(Ercilia Rini Octavia, S.Sn., M.Sn.)

NIP. 198010112008122001

LEMBAR PENGESAHAN

Telah disetujui oleh Tim Penguji Tugas Akhir
Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Sebelas Maret
Pada tanggal 17 Juli 2018

Tim Penguji

Ketua Sidang Tugas Akhir

1. **Dr. Deny Tri Ardianto, S.Sn., Dipl.Art**

NIP. 197905212002121002

Sekretaris Sidang Tugas Akhir

2. **Rudy Wicaksono Herlambang, S.Sn., M.Sn.**

NIP. 197503232003121002

Penguji I

3. **Drs. Mohamad Suharto, M.Sn.**

NIP. 195612201986031003

Penguji II

4. **Hermansyah Muttaqin, S.Sn., M.Sn.**

NIP. 197111152006041001

Disahkan,

**Dekan
Fakultas Seni Rupa dan Desain**


Drs. Ahmad Adib, M.Hum., Ph.D.
NIP. 196207081992031001

Ketua Prodi

SI Desain Komunikasi Visual


Andreas Slamet Widodo, S.Sn., M.Hum.
NIP. 197512012001121002

PERNYATAAN

Dengan ini penulis menyatakan bahwa Pengantar Karya Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan *Brand Identity* Museum Kretek Indonesia Melalui Media Komunikasi Visual”. Beserta isinya dan seluruh karya desain yang penulis buat adalah benar-benar karya sendiri, dan penulis tidak melakukan penjiplakan seluruhnya maupun sebagian, dengan cara-cara yang tidak sesuai etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat akademik.

Atas pernyataan ini, penulis siap menanggung Atas pernyataan ini, penulis siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada penulis, apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap keaslian karya ini.

Surakarta, 17 Juli 2018



Gafi Prajanti Wandita

NIM. C0714014

PERSEMBAHAN

Karya Tugas Akhir ini Penulis persembahkan
kepada orang tua, keluarga terdekat, serta
teman-teman seperjuangan.

MOTTO

Fake it till I feel okay —Okay Kaya

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkah dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Tugas Akhir ini untuk mencapai gelar sarjana di Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Sebelas Maret. Dalam menyusun Pengantar Karya Tugas Akhir yang berjudul **“Perancangan *Brand Identity* Museum Kretek Indonesia Melalui Media Komunikasi Visual”** ini, penulis tentunya tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Drs. Ahmad Adib, M.Hum., Ph.D selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Andreas Slamet Widodo, S.Sn., M.Hum. selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual.
3. Drs. Mohamad Suharto, M.Sn. selaku Pembimbing I yang telah membimbing serta memberikan saran dan kritik yang membangun bagi penulis.
4. Hermansyah Muttaqin, S.Sn., M.Sn. selaku Pembimbing II yang telah membimbing, mengarahkan, serta memberikan saran dan kritik yang membangun dalam pengerjaan Tugas Akhir ini.
5. Seluruh Staf Dosen dan karyawan di Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Sebelas Maret Surakarta.
6. Bapak Suyanto selaku Kepala Pengelola Museum Kretek Indonesia yang telah bersedia diwawancarai demi kepentingan Tugas Akhir ini.

Dalam menyusun Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat berbagai kekurangan dan ketidaksempurnaan karena keterbatasan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran serta kritik yang membangun demi menyempurnakan Tugas Akhir ini di masa mendatang.

Akhirnya, semoga apa yang terdapat pada Tugas Akhir ini dapat memberikan wawasan dan berguna bagi para pembaca.

Surakarta, 17 Juli 2018

Penulis,
Gafi Prajanti Wandita

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GRAFIK.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
Bab I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Perancangan	4
D. Manfaat Perancangan	4
E. Kerangka Pikir.....	6
F. Metode Penelitian.....	8
G. Sistematika Penulisan.....	12

Bab II. KAJIAN TEORI	14
A. Perancangan.....	14
B. <i>Brand Identity</i>	16
C. Museum	25
D. Media Komunikasi Visual.....	35
Bab III. IDENTIFIKASI DATA.....	38
A. Data Objek Perancangan	38
B. Data Konsumen	50
C. Data Promosi	51
D. Target Market	52
E. Komparasi.....	53
F. Analisis SWOT.....	62
Bab IV. KONSEP PERANCANGAN.....	65
A. Metode Perancangan	65
B. Konsep Kreatif.....	66
C. Standar Visual	82
D. Pemilihan Media.....	87
E. <i>Media Placement</i>	90
F. Prediksi Biaya.....	92
Bab V. VISUALISASI KARYA.....	103
A. Media Utama	103
B. Media Pendukung.....	109
Bab VI. PENUTUP	128
A. Kesimpulan.....	128
B. Media Pendukung.....	129

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1	68
Grafik2	69
Grafik 3	69
Grafik 4	70
Grafik 5	71
Grafik 6	72
Grafik 7	73
Grafik 8	74
Grafik 9	74
Grafik 10	75
Grafik 11	76
Grafik 12	77
Grafik 13	78
Grafik 14	79

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.0 Skema Kerangka Pemikiran (Sumber: Dokumentasi Pribadi)
- Gambar 2.0 Model *Brand Identity* Aaker (Sumber: Dokumentasi Pribadi)
- Gambar 3.0 Bagan Struktur Organisasi Museum Kretek Indonesia (Sumber: Dokumentasi Pribadi)
- Gambar 3.1 Museum Kretek Indonesia
(Sumber: *Website*, <https://www.facebook.com/MuseumKretek>)
- Gambar 3.2 Ruangan Nitisemito di Museum Kretek Indonesia (Sumber: Dokumentasi Pribadi)
- Gambar 3.3 Sudut Museum Kretek Indonesia (Sumber: Dokumentasi Pribadi)
- Gambar 3.4 Salah Satu Diorama di Museum Kretek Indonesia (Sumber: Dokumentasi Pribadi)
- Gambar 3.5 Koleksi di Museum Kretek Indonesia (Sumber: Dokumentasi Pribadi)
- Gambar 3.6 Koleksi Beragam Kemasan Rokok di Museum Kretek Indonesia (Sumber: Dokumentasi Pribadi)
- Gambar 3.7 Halaman muka *Audio Tour Guide* Museum Kretek Indonesia (Sumber: Dokumentasi Pribadi)
- Gambar 3.8 Tampilan aplikasi *Audio Tour Guide* Museum Kretek Indonesia (Sumber: Dokumentasi Pribadi)
- Gambar 3.9 Tampilan aplikasi *Audio Tour Guide* Museum Kretek Indonesia (Sumber: Dokumentasi Pribadi)
- Gambar 3.10 Logo PPRK di Museum Kretek Indonesia (Sumber: Dokumentasi Pribadi)
- Gambar 3.11 Gapura pintu masuk Museum Kretek Indonesia (Sumber: Dokumentasi Pribadi)
- Gambar 3.12 Akun *Instagram* Museum Kretek Indonesia (Sumber: *Website*, <https://www.instagram.com/museumkretekkudus>)

- Gambar 3.13 Akun *Facebook* Museum Kretek Indonesia (Sumber: *Website*, <https://www.facebook.com/MuseumKretek>)
- Gambar 3.14 Logo Museum Gedung Sate (Sumber: *Website*, <https://www.instagram.com/studiosundayid>)
- Gambar 3.15 Pintu masuk Museum Gedung Sate (Sumber: Dokumentasi Pribadi)
- Gambar 3.16 Salah satu *Signage* di Museum Gedung Sate (Sumber: Dokumentasi Pribadi)
- Gambar 3.17 Salah satu sudut Museum Gedung Sate (Sumber: Dokumentasi Pribadi)
- Gambar 3.18 *Website* Museum Gedung Sate (Sumber: *Website*, <https://www.museumgedungsate.org>)
- Gambar 3.19 Akun *Instagram* Museum Gedung Sate (Sumber: *Website*, <https://www.instagram.com/museumgedungsate>)
- Gambar 3.20 Akun *Facebook* Museum Gedung Sate (Sumber: *Website*, <https://www.facebook.com/Museum-Gedung-Sate-1518755844905969/>)
- Gambar 3.21 Logo Museum Konferensi Asia Afrika (Sumber: *Website*, <https://www.facebook.com/publikasi.mkaa.3>)
- Gambar 3.22 Salah satu sudut Museum Konferensi Asia Afrika (Sumber: Dokumentasi Pribadi)
- Gambar 3.23 *Website* Museum Konferensi Asia Afrika (Sumber: *Website*, <https://www.asianafrikanmuseum.org>)
- Gambar 3.24 Akun *Instagram* Museum Konferensi Asia Afrika (Sumber: *Website*, <https://www.instagram.com/asiafricamuseum>)
- Gambar 3.25 Akun *Twitter* Museum Konferensi Asia Afrika (Sumber: *Website*, <https://www.twitter.com/AsiAfricaMuseum>)

DAFTAR LAMPIRAN

Gambar 1	<i>Website</i>
Gambar 2	<i>Stationery Set (Letterhead, Folder, Envelope, Business Card)</i>
Gambar 3	<i>Business Card</i>
Gambar 4	<i>ID Card</i>
Gambar 5	Tiket Masuk Museum
Gambar 6	Brosur
Gambar 7	Kartu Pos
Gambar 8	Kaos Versi 1
Gambar 9	Kaos Versi 2
Gambar 10	<i>Totebag Versi 1</i>
Gambar 11	<i>Totebag Versi 2</i>
Gambar 12	<i>Identification Signage</i>
Gambar 13	Surat Izin Penelitian ke Museum Kretek Indonesia

Perancangan Brand Identity Museum Kretek Indonesia Melalui Media Komunikasi Visual

Gafi Prajanti Wandita¹

Drs. Mohamad Suharto, M.Sn.² Hermansyah Muttaqin, S.Sn., M.Sn.³

ABSTRAKSI

Gafi Prajanti Wandita, 2018. Pengantar karya Tugas Akhir ini berjudul “Perancangan *Brand Identity* Museum Kretek Indonesia Melalui Media Komunikasi Visual”. Permasalahan yang dikaji dalam perancangan ini adalah: (1) Bagaimana merancang *brand identity* yang tepat bagi Museum Kretek Indonesia? (2) Bagaimana memilih media komunikasi visual yang sesuai untuk mengenalkan *brand identity* Museum Kretek Indonesia agar dapat menarik khalayak luas untuk berkunjung ke Museum Kretek Indonesia? Dijuluki sebagai ‘Kota Kretek’, di Kota Kudus terdapat sebuah museum bernama Museum Kretek Indonesia yang menyimpan berbagai koleksi mengenai Kretek sebagai salah satu warisan budaya asli Indonesia. Meskipun telah berdiri sejak lama, keberadaan museum ini masih kurang diketahui oleh masyarakat luas di luar Kudus karena belum memiliki identitasnya sendiri. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dimana sumber datanya diperoleh dari wawancara, observasi, dokumentasi, serta kuesioner. Strategi kreatif dalam perancangan ini yaitu merancang *brand identity* yang efektif dan menarik untuk kemudian diaplikasikan pada berbagai media komunikasi visual yang sesuai dengan *target audience*. Media utama dalam perancangan ini terdiri dari *website*, media sosial, dan *graphic standard manual*. Media pendukung terdiri dari *stationery set*, brosur, *sign system*, dan *merchandise*. Dengan memiliki identitas tertentu yang sesuai dengan visi dan misi yang dimilikinya, maka dapat tercipta *brand image* tertentu bagi Museum Kretek Indonesia sehingga keberadaan Museum Kretek Indonesia dapat dikenal oleh khalayak luas. Media komunikasi visual yang terdiri dari media utama dan media pendukung diharapkan dapat mengkomunikasikan identitas Museum Kretek Indonesia kepada khalayak luas secara tepat dan efektif.

¹ Mahasiswa Prodi S1 Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Sebelas Maret Surakarta. NIM: C0714014

² Dosen Pembimbing I

³ Dosen Pembimbing II

Perancangan Brand Identity Museum Kretek Indonesia Melalui Media Komunikasi Visual

Gafi Prajanti Wandita⁴

Drs. Mohamad Suharto, M.Sn.⁵ Hermansyah Muttaqin, S.Sn., M.Sn.⁶

ABSTRACT

Gafi Prajanti Wandita, 2018. The introduction of this Final Project is entitled “Perancangan Brand Identity Museum Kretek Indonesia Melalui Media Komunikasi Visual”. The problems examined are: (1) How to design a brand identity for Museum Kretek Indonesia? (2) How to choose the most suitable visual communication media to introduce the brand identity of Museum Kretek Indonesia to attract people to visit? Known as ‘City of Kretek’, in Kudus there is this museum called Museum Kretek Indonesia which conserves various collections about Kretek as one of Indonesian local heritages. Though it has been established for a pretty long time, the existence of this museum is less known by the community outside Kudus because it doesn’t have its own identity. This research used qualitative descriptive method where the data sources were obtained from interviews, observations, documentations, and questionnaire. The creative strategy in this research is to design an effective and attractive brand identity that can be applied on the visual communication media that suits its target audience. The main medias in this research are website, social media accounts, and graphic standard manual. The supporting medias consist of stationery set, brochure, signage system, and merchandise. By having a brand identity that suits its vision and mission, a certain brand image of Museum Kretek Indonesia can be created and therefore the existence of Museum Kretek Indonesia could be recognized by the audience. Visual communication media that consists of main and supporting media are expected to communicate the brand identity of Museum Kretek Indonesia to its audience accurately and effectively.

⁴ Student of Visual Communication Design, Fine Arts and Design Faculty, Sebelas Maret University, Student Number: C071404

⁵ The First Lecturer

⁶ The Second Lecturer